

GUSTAVO FERRATO



11
Estrategias
para atraer
clientes

EL GUERRERO DE LAS VENTAS

Gustavo Ferrato es uno de los Conferencistas experto en Ventas y Motivación más buscado en México y todo Latinoamérica.

Lo que más le apasiona es hacer que los vendedores vuelvan a sentir esa energía renovada, esas ganas de vender, que se enamoren de la profesión, que se llevan muchos tips.

Tiene casi 3 décadas en Ventas en Industrias de Tecnología, Sistemas, Automotriz, y Seguros.

Ha realizado más de 600 Conferencias Internacionales por todo América Latina, y lo conocen como **EL GUERRERO DE LAS VENTAS** ©.

Sus conferencias se han convertido en el seminario de más buscado por las empresas para ayudar a sus equipos de ventas - sin importar la industria, el producto o la cultura en la que estén inmersos - a desarrollar sus habilidades personales y profesionales que facilitarán este proceso y el acceso al tesoro más deseado: los clientes.

Vas a encontrarlo en todas las Redes Sociales.

✅ En su Fan Page de Facebook

Copia este LINK en tu Navegador para seguirlo 📌📌📌📌📌

<https://www.facebook.com/gustavoferratoelguerrero delas ventas/>

✅ En Twitter

Copia este LINK en tu Navegador para seguirlo 📌📌📌📌📌

<https://twitter.com/GusFerrato>

✓ En Instagram

Copia este LINK en tu Navegador para seguirlo 📌📌📌📌📌

<https://www.instagram.com/gustavo.ferrato/>

✓ En Youtube lo encuentras como GUSTAVO FERRATO

Gustavo Ferrato es Argentino de nacimiento, y actualmente vive en la Ciudad de México, es decir, es un Mexicano de corazón.

Está casado 🧡 🧡 🌿 💙 💜 con Mariana Rivera, una hermosa mexicana, Conferencista también, internacionalmente 🌐 🌐 🌐 conocida como LA MAGA 🧜🏻🧜🏻, su GRAN MOTOR.

© Derechos Reservados 2001-2019 **GUSTAVO FERRATO EL GUERRERO DE LAS VENTAS Y 11 ESTRATEGIAS PARA ATRAER CLIENTES** Todos los Derechos Reservados. © Derechos Reservados 2001-2019 GUSTAVO FERRATO EL GUERRERO DE LAS VENTAS Y 11 ESTRATEGIAS PARA ATRAER CLIENTES Derechos de Contenido Reservados.

DERECHOS DE AUTOR.

Todos los contenidos de este MATERIAL (Incluyendo, pero no limitado a, texto, logotipos, contenido, fotografías, audio, botones, nombres comerciales y vídeo) están sujetos a derechos de propiedad por las leyes de Derechos de Autor y demás Leyes relativas Internacionales a **GUSTAVO FERRATO EL GUERRERO DE LAS VENTAS.**

En ningún caso se entenderá que se concede licencia alguna o se efectúa renuncia, transmisión, cesión total o parcial de dichos derechos ni se confiere ningún derecho, y en especial, de alteración, explotación, reproducción, distribución o comunicación pública sobre dicho contenido sin la previa autorización expresa de **GUSTAVO FERRATO EL GUERRERO DE LAS VENTAS** o de los titulares-correspondientes.

El uso de imágenes, fragmentos de videos y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos, y cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

DERECHOS DE AUTOR.

Queda prohibido copiar, reproducir, distribuir, publicar, transmitir, difundir, o en cualquier modo explotar cualquier parte de este servicio sin la autorización previa por escrito de **GUSTAVO FERRATO EL GUERRERO DE LAS VENTAS** o de los titulares correspondientes. Sin embargo, usted podrá bajar material a su computadora personal para uso exclusivamente personal o educacional y no comercial limitado a una copia por página. Usted no podrá remover o alterar de la copia ninguna leyenda de Derechos de Autor o la que manifieste la autoría del material.

ESTRATEGIA 1

Pide Recomendados.



No pidas “referidos”, pide “recomendados”.

Uno de los grandes errores de los vendedores es pedir “referidos”. Las personas comunes no refieren, sino que recomiendan.

Mis amigos recomiendan al odontólogo, mi esposa recomienda a su médico, mi hermana recomienda a su maestra de inglés.

No usemos palabras técnicas con las personas comunes.

La próxima vez que te encuentres con un cliente no le digas “¿me pasas referidos?”, dile “¿a quién me recomendarías llamar?”.

ESTRATEGIA 2

Usa el peso del referente.



Busca siempre que el referente le avise al recomendado que te ha referido.

Ahora bien, en la teoría esto está genial, pero en la práctica casi nunca sucede, porque una vez que le dejas el balón en su cancha (al referente), aunque te diga que le va a avisar, difícilmente lo hará.

Te voy a recomendar usar la tecnología a tu favor.

Cuando un referente te recomiende a alguien, no le digas “por favor, avísale”, haz algo más inteligente; ten en la aplicación “notas” de tu celular un script como éste:

“Hola xxxxxx, le pedí a (tu nombre completo) que te llame (o escriba). El es mi asesor, vendedor, ejecutivo, agente, etc. Por tu perfil sé que te va encantar recibirlo”.

En éste punto, copias este speech en tu WhatsApp, y se lo envías en ese mismo instante al referente, y le pides que delante tuyo le reenvíe ese mensaje a la persona que te refirió.

Te garantizo que con esto evitarás frases nefastas del referido, al estilo “¿quién te dió mi número?” o “¿de qué se trata?” o, si lo agendas por Whatsapp que te deje “en visto”.

Esto que parece algo mágico en realidad tiene una explicación.

El peso del referente con un mensaje que es sumamente sencillo y es él quien está avisando primero, por lo que la resistencia del referido será menor o casi nula.

ESTRATEGIA 3

Busca siempre nichos de mercado.



En mi experiencia, no es recomendable pedir referidos que no tengan las mismas características.

Soy un convencido, que para tener más éxito, debes concentrarte en un nicho o segmento de mercado que en personas en general.

Ten bien presente el nicho de clientes que quieres trabajar.

Muchas veces ir al pedido general no es una buena táctica, de hecho, puede pasar que te den un gran número de referidos pero ninguno sea de tu interés, o no sean del perfil que necesitas, o no tengan las características sociales, económicas, geográficas u otras razones que te interesen.

El cliente que te está refiriendo no tiene porqué saber el tipo de referidos que debe pasarte, quien debe saber a la perfección la clase de cliente que necesitas eres tú.

La próxima vez que pidas recomendaciones, no menciones solamente la frase “¿me pasas recomendaciones?”, sino que tienes que ser específico con el referente en el detalle de variables que tu referido deberá tener.

Es preferible que te pase pocos, pero que sean de mucha calidad y de esa manera vas a asegurar una mayor posibilidad de venta con cada uno de ellos.

ESTRATEGIA 4

Ten estudiado a la perfección tu speech.



Practica a la perfección tu speech y verifica la manera en que estás solicitando referidos.

Muchos vendedores no consiguen referidos simplemente porque no saben como pedirlos y no tienen un protocolo o un discurso perfecto de cómo hacerlo.

Para esto te voy a dar un consejo:

Nadie mejor que tú para conocerte.

Nadie te podrá corregir mejor de lo que tú lo haces, ni tu jefe, esposa o marido, o colegas.

Te sugiero para perfeccionarlo que te grabes en tu celular unas 15 a 20 veces con distintos amigos o colegas pidiéndoles referidos.

Verás en esas grabaciones tus grandes defectos y nadie mejor que tú para corregirlos.

Busca hacer un ciclo de grabaciones cada tres meses.

En un año tendrás un total de 4 ciclos y puedo asegurarte, que en ese período, te sorprenderás de los enormes avances que habrás tenido y con qué facilidad los pides.

Nunca dejes de mejorar y practicar.

ESTRATEGIA 5

Arma un sistema de premiación.



A la gente le encanta recibir recompensas, es algo histórico que data desde la misma iniciación del ser humano.

En éste punto, debes tener un programa sustentable, fácil de aplicar, donde premies a tus clientes por el hecho de que te refieran prospectos.

Piensa un minuto en todas las empresas que premian a los clientes por usar sus servicios, por ejemplo:

Aerolíneas, tiendas departamentales, cafés, librerías, y una cantidad enorme de ramos que por el hecho de usar sus servicios le dan a sus clientes algo a cambio.

¿Por qué un vendedor no puede hacer lo mismo?

Y no me refiero a dinero.

Usa la creatividad.

Cenas, perfumes, regalos, obsequios.

Imita a las empresas líderes que utilizan sistemas de recompensa o de fidelidad.

Si trabajas con un programa de recompensa, tendrás muchas ventajas a favor, como por ejemplo:

- Tus clientes serán más fieles y tendrán una motivación para recomendarte.
- Estadísticamente aumentan las posibilidades de recibir referidos de mucha calidad.

ESTRATEGIA 6

Solicita que te recomienden desde LinkedIn.



Solicita que te recomienden desde tu perfil LinkedIn, a aquellas personas que te interesen como potenciales clientes.

LinkedIn tiene una poderosa herramienta que puede servirte para identificar posibles clientes y aprovechar tus contactos en esta red para que te vinculen con ellos, es decir, puedes enviar un mensaje a la persona que tienes en tu red de contactos para que te “presenten” con otra que sea de tu interés.

En mi experiencia es muy efectivo.

Solo ten cuidado de tener tu Perfil LinkedIn lo más profesional posible.

Para solicitar una recomendación desde tu perfil LinkedIn tienes que hacer lo siguiente:

1. Haz clic en el icono “Yo” en la parte superior de tu página de inicio de LinkedIn.
2. Selecciona Ver perfil.
3. Desplázate a la sección Recomendaciones y haz clic en Solicitar una recomendación.
4. Escribe el nombre del contacto a quién quieres solicitar la recomendación en el campo ¿A quién se la quieres solicitar?
5. Escoge el nombre en la lista desplegable.
6. Rellena los campos Relación y Cargo de la ventana emergente de recomendaciones y haz clic en Siguiente.
7. Puedes incluir un mensaje personalizado junto a la solicitud modificando el texto del campo del mensaje.
8. Pulsa Enviar

ESTRATEGIA 7

Ten a todos tus clientes en tus redes sociales.



Hoy en día el mejor canal que te permite saber con quién se relacionan tus clientes son las redes sociales.

Lo más sorprendente que observé en una encuesta que hice, es que sólo un 7% de los vendedores tienen en sus redes sociales a sus clientes.

No solo te sirve tenerlos ahí para darles un excelente follow-up, ver sus gustos, saludarlos para sus cumpleaños, ver sus cambios laborales, familiares, geográficos o económicos, sino también, para ver con qué personas se relacionan.

Ellos son potenciales prospectos y si estás presente en las redes tienes más posibilidades de aumentar las ventas, ya

que tendrás muchos más referidos, extraídos de las redes sociales.

No hay que dejar a un lado la importancia que tiene generar confianza.

Si tu presencia es alta en redes sociales (cuando digo alta presencia me refiero a que sea profesional y de buen gusto), generarás mucha más confianza ya que siempre estarás visible para ellos y te permitirá llegar más fácilmente a sus conocidos.

En la era contemporánea, si dominas las redes sociales, dominarás las ventas y tendrás más ventajas sobre los competidores que no lo hacen.

ESTRATEGIA 8

Videos testimoniales de tus clientes.



Siempre tendrás dos grandes grupos de clientes.

Los que tienen baja influencia sobre otros y los que con sus opiniones generan impacto a mucha gente.

Detecta a estos últimos y haz un vídeo de no más de 1 minuto de duración, donde comenten los motivos por el que te han elegido como su vendedor.

No tiene que hablar del producto, sino de tí, de tus 3 mejores características.

Pide su autorización y sube éstos vídeos a tus redes sociales y mejor aún, sube el vídeo a tu estado de Whastapp.

Te sorprenderá la cantidad de personas que te escribirán para felicitarte.

En ese mismo momento, en que aparezcan esas felicitaciones, estarás empezando a obtener automáticamente nuevos prospectos para abordar y vender tus productos o servicios ya que tu cliente ha influenciado de forma sutil e inteligente sobre ellos.

Sugerencia: siempre que grabes a tus clientes pon tu celular en posición horizontal, nunca en vertical.

ESTRATEGIA 9

Personas que vivan muy lejos de tu ciudad.



Les contaré mi propia experiencia.

Soy Argentino, vine a vivir a la Ciudad de México hace 2 años, en ese período, obtuve una muy importante cantidad de ventas en mis dos principales actividades que son la de agente de seguros y conferencista.

Les aseguro que no tenía mercado, no conocía a nadie en ésta hermosa Ciudad; probablemente éste sea un problema grande de muchos vendedores que reinician su vida de ventas en otra ciudad.

¿Tienen alguna idea de cómo lo hice?

Podría darles muchas alternativas.

Algunos creerán que hice mucha prospección en frío, otros podrían pensar que me inscribí a un sinfín de eventos en la ciudad, o quizá pensarán que usaba emails al borde del spam; pues nada de eso, lo que hice fue pensar fuera de la caja.

Logré algo que muchos paisanos argentinos me decían que era imposible, que estaba loco.

Justamente cuando me dijeron imposible y loco comprendí que iba por buen camino.

Los “locos” o los que hacen cosas “imposibles” son aquellos que terminan teniendo los resultados positivos, porque hacen lo que otros no se animan a hacer.

Decidí enviar WhatsApp y mensajes por Facebook a cada amigo, cliente y conocido que tenía en Argentina, diciéndoles esto:

“Hola xxxxx, te comento que he decidido expandirme a México y preciso de tu ayuda para lograrlo (frase fuerte y que involucra a la otra parte). ¿Tienes amigos, familiares, clientes o personas que vivan en la Ciudad de México que tengan estos perfiles? (detallaba el perfil que yo necesitaba). De tí dependo en que me recomiendes y me compartas los WhatsApp para escribirles de tu parte”.

Un mes me llevó escribirle a 250 personas que vivían a 8.000 kilómetros de distancia.

En ese mes conseguí 114 referidos todos viviendo en México, los que fueron mi primer plataforma de prospectos para empezar a vender.

De la misma manera, en que yo pude hacer ésto a un continente de distancia, cualquiera de ustedes pueden conseguir recomendaciones usando éste método con

amigos, parientes, familiares o conocidos que vivan en otras ciudades distintas a las que ustedes viven.

“El único limitante es tu cabeza, atrévete a hacer cosas que otros no se animan a hacer, ya sea por vergüenza, miedo o u otro motivo”.

ESTRATEGIA 10

Usa el poder de las redes sociales.



En promedio las personas tienen 189 contactos en sus redes sociales (Facebook, LinkedIn, Instagram).

Un buen método que he encontrado es pedirle a mis clientes que compartan en sus muros algo positivo sobre mí.

Lo ideal, es que no dejes en sus manos la redacción porque quizás no tengan la habilidad o las ganas de hacerlo correctamente.

Un buen Tip es redactar algo que consideres pueda tener impacto en la gente, ya sea de tu producto o servicio, pídele a tus clientes más influyentes que lo copien textual en sus muros, para que otros posibles prospectos lo vean y le pregunten acerca de tí.

Siempre será mejor que hablen de tí, a que hables de ti mismo.

Esto lo dejo a tu criterio, yo tengo la costumbre de regalar un pequeño obsequio al cliente que suba lo que yo necesito a las redes (no tienes que gastar mucho dinero, ni te imaginas que feliz pueden ser por recibir como obsequio, una botella de vino tinto).

ESTRATEGIA 11

BONUS TRACK – SECUENCIAL 50.



PLAN SECUENCIAL 50.

Desde hace años cientos de vendedores me preguntan cuál es la fórmula mágica para obtener más y mejores referidos.

La vieja escuela nos dice, que, si eres un vendedor que sigue al pie de la letra los manuales en cada cita que tengas, deberás pedir de tres a cinco nombres para posteriormente contactar.

Esta manera de hacerlo no es mala, pero a los referidos mejor que pedirlos es ganarlos.

Un gran número de vendedores han asistido a un sinnúmero de cursos para obtener técnicas sobre el cómo pedir referidos, cientos de tips teóricos que les muestran “el camino” para tener más y mejores prospectos.

Salen de esas capacitaciones con “muy buenas” estrategias, las que les aseguran, en teoría, tener nuevos prospectos, pero lo que ocurre en realidad con la gran mayoría de ellos, es que se encuentran con muchos obstáculos en el camino y no resuelven una de las cosas más difíciles que tiene la venta, el tener muchos referidos de calidad para llamar.

Muchas de las estrategias que te plantean son pasos específicos de cómo hacerlo, pero nunca te dicen el cómo te los debes ganar.

¿Qué significa ganar referidos?

Quiero hacer una analogía con la vida misma.

La vida no es buena o mala con nosotros, la vida nos da las cosas que nos ganamos, o no nos da nada, porque no lo supimos conseguir.

En la obtención de referidos, esto es similar, tenemos que hacer algo más de lo aprendido en los cursos o libros, tenemos que ser distintos, creativos, tenemos que ser excelentes, hacer lo mejor posible y dar nuestro mejor servicio, ya que de esta manera, vamos a tener éxito para obtener lo que deseamos.

El simple hecho de pedir referidos no nos va a dar lo que realmente queremos.

Lo más probable es que, en la gran mayoría de las veces, nos manden a volar, que te digan que los dejes pensar en nombres y que te enviarán una lista, la cual nunca va a llegar, que te digan que no conocen a casi nadie, que te den largas o quizá te den nombres de prospectos que no tienen la calidad que necesitas.

Esto lo hacen porque estás pidiendo referidos y no te los ganaste, te tratan así para que ya no los estés “molestando” con este tema.

Les quiero contar una estrategia que uso llamada Secuencia 50 (3 – 5 – 7 – 9 – 12 - 14).

Se trata del cómo podemos usar en un año a una persona para obtener 50 referidos, es decir, que si lo aplicamos con 10, en un año tendremos 500 referidos de calidad para llamar.

Para ganarnos un referido necesitamos ser distintos y dar valor, ese valor agregado es un simple detalle para ellos.

Lo adapto a la secuencia que les acabo de comentar de 3, 5, 7, 9, 12, 14, que si suman, se darán cuenta que da 50.

Cuando se encuentren con un cliente háganle la siguiente propuesta:

“Voy a pedirte sólo 3 personas con las siguientes características” (les piden puntualmente lo que para ustedes sean las mejores variables que deberá tener un prospecto).

En segundo lugar, díganles que por cada recomendado que se hagan clientes suyos, recibirán un hermoso regalo (sean creativos, por ejemplo: una cena para el y su mujer, una invitación al teatro, dos entradas a alguna Avant premier para el cine, etc.).

En tercer lugar, díganles que en dos meses se volverán a reunir para darles los resultados de los 3 recomendados.

Repitan este proceso cada dos meses.

Siempre lo mismo, pero cada nueva visita levantan el número de recomendaciones, como en la secuencia que les comenté, es decir, la segunda vez que se encuentren serán 5 recomendaciones, en otros dos meses serán 7 recomendaciones, en otros dos meses 9 recomendaciones, en otros 2 meses 12 recomendaciones y en los otros dos meses piden 14 recomendaciones.

Primero, en un año se aseguran de obtener 50 referidos de calidad de un solo cliente.

Segundo, lo van acostumbrando a que cada vez que regresen con él, siempre les llevarán algún regalo y les garantizo que esto encantará; no hay cliente que se ofenda por recibir algo a cambio de referenciar personas.

Tercero, siempre pídan que les avisen a sus contactos de

que ustedes lo van a contactar (utilicen el método que les comenté en la ESTRATEGIA NUMERO 2).

Si hacemos una lista de solo 10 clientes, a los cuales vemos con esta frecuencia, puedes obtener en un año 500 referidos de calidad.

Tenemos que lograr una excelente relación con nuestros clientes.

Si eres original y creativo, te ganarás los referidos sin necesidad de solicitarlos.